

BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang

Krisis ekonomi yang melanda Indonesia di tahun 1998 nampaknya memberikan pelajaran yang berharga bagi dunia perbankan di Indonesia. Banyaknya bank yang dilikuidasi pada saat itu, mendorong pihak manajemen bisnis perbankan untuk lebih mawas diri dan memperhatikan kinerja perusahaan. Perbaikan kinerja perusahaan setelah krisis menunjukkan hasil yang positif dan signifikan. Kinerja perbankan selama 2000-2005 dapat dilihat pada Tabel 1. Dari data pada

Tabel 1
Laba Dan Roa Perbankan Tahun 2000-2005

Tahun	Laba	ROA
2000	6,92 Triliun	0,90 %
2001	9,26 Triliun	1,37 %
2002	17,75 Triliun	1,90 %
2003	20,26 Triliun	2,50 %
2004	29,64 Triliun	3,50 %
2005	22, 65 Triliun	2,20 %

Sumber: BI (2006)

Tabel 1.1 di atas diketahui bahwa laba dan ROA perbankan selama 4 (empat) tahun berturut-turut yaitu dari tahun 2000-2004 mengalami kenaikan, yaitu laba mengalami kenaikan sebesar 22,72 triliun menjadi 29,64 triliun. Sedangkan ROA mengalami kenaikan sebesar 2,60 persen menjadi 3,50 persen. Pada tahun 2005 perbankan mengalami penurunan laba 23,56 persen atau sebesar 6,99 triliun, yaitu menjadi 22,65 triliun. Sedangkan penurunan ROA sebesar 1,30

persen yaitu menjadi 2,20 persen. Penurunan laba dan ROA ini merupakan untuk pertama kalinya dalam tujuh tahun terakhir sejak terjadinya krisis 1998. Kinerja yang baik akan memberikan kontribusi positif pada perkembangan bank yang bersangkutan dan mampu bersaing dalam industri perbankan.

Kinerja suatu organisasi merupakan kumpulan dari kinerja karyawan secara individual. Dengan kata lain, saat kinerja masing-masing individu (karyawan) meningkat, maka secara kumulatif kinerja organisasi juga akan semakin tinggi. Arti penting kinerja karyawan dalam kesuksesan bisnis menjadikan pihak manajemen memberikan perhatian yang serius pada peningkatan kinerja karyawannya. Kinerja merupakan kesuksesan seseorang dalam melaksanakan suatu pekerjaan (As'ad, 2002). Mangkunegara (2001) mendefinisikan kinerja sebagai hasil kerja secara kualitas dan kuantitas yang dapat dicapai oleh seorang pegawai dalam melaksanakan tugas sesuai dengan tanggungjawab yang diberikan kepadanya.

Banyaknya industri perbankan yang tumbuh dan berkembang di Indonesia saat ini. Hal ini menyebabkan persaingan bisnis yang ketat dan menuntut masing-masing bank untuk memiliki keunggulan kompetitif. Selain itu, semakin rasionalnya nasabah dan semakin kompleksnya kebutuhan atau keinginan nasabah akan jasa layanan perbankan harus mampu dipenuhi oleh bank. Sebagai contoh, dalam penyaluran kredit, konsumen menginginkan suku bunga yang kompetitif (rendah). Suku bunga yang rendah merupakan salah satu kunci sukses untuk mendapatkan nasabah dan mendukung peningkatan volume penjualan kredit perusahaan. Selain itu, kemampuan tenaga penjualan untuk menggunakan teknik-

teknik penjualan yang baik juga merupakan faktor kunci dalam penjualan kredit. Tenaga penjualan dituntut untuk mampu mem”prospek” nasabah dan memberikan layanan yang baik setelah penjualan/penyaluran kredit pada nasabah. Kemampuan yang baik dari masing-masing tenaga penjualan tersebut akan memberikan kontribusi positif pada kepuasan nasabah yang nantinya akan berdampak pada penggunaan ulang jasa layanan perusahaan di masa yang akan datang.

Dalam bisnis perbankan, khususnya pada divisi kredit, salah satu faktor yang mendukung kesuksesan penjualan kredit adalah kemampuan para tenaga penjualan (*personal selling*). Jaramillo dan Marshall, (2004), mengidentifikasi tujuh faktor keberhasilan (*success factor*) yang dianggap berperan dalam menentukan keberhasilan kegiatan penjualan personal. Ketujuh faktor tersebut adalah: 1) *locating and prospecting for customers*, 2) *the pre-approach*, 3) *the approach*, 4) *the sales presentation*, 5) *handling objection and resistance*, 6) *the close*, 7) *the post sale follow-up*. Ketujuh faktor tersebut juga dapat digunakan dalam mengukur faktor sukses dalam penjualan personal di industri jasa layanan perbankan. Penelitian ini, penulis menggunakan tahapan faktor sukses menurut Jaramillo dan Marshall (2004) dalam mengukur kinerja karyawan tenaga penjualan pada jasa layanan perbankan. Pada penelitian ini, penulis menggunakan oyek penelitian Bank ICB Bumiputera.

Sebagai salah satu perusahaan swasta yang bergerak dalam industri perbankan, Bank ICB Bumiputera tidak luput dari persaingan bisnis antar bank. Selain lewat strategi bisnis yang dipilih, masing-masing bank saling bersaing lewat keragaman jasa layanan yang ditawarkan maupun lewat taktik-taktik

tertentu yang diarahkan untuk menarik nasabah seperti kemudahan dan bunga yang rendah untuk mendapatkan kredit dari bank. Dalam kondisi seperti ini kemampuan dan keterampilan dari tenaga penjualan pada masing-masing bank akan menjadi kunci keberhasilan bank tersebut untuk bersaing di dalam industri.

Mengingat peran penting dari tenaga penjualan personal, pihak bank harus mampu memahami karakteristik personal dari para tenaga penjualan yang juga memberikan pengaruh pada peningkatan volume penjualan kredit perusahaan. Salah satu karakteristik personal tersebut yang mungkin membedakan kinerja dari tenaga penjualan adalah *gender*. Jaramillo dan Marshall (2004), misalnya, membandingkan kinerja dari tenaga penjualan wanita dan pria pada bank di Ekuador. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tenaga penjualan pria cenderung memiliki kinerja yang lebih baik dibandingkan tenaga penjualan wanita. Hal ini disebabkan karena tenaga penjualan pria cenderung memiliki motivasi yang lebih besar untuk mencapai sesuatu, demikian juga motivasinya untuk menjadi yang terbaik dalam suatu kelompok atau organisasi.

Penelitian ini adalah penelitian replikasi dari penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Jaramillo dan Marshall (2004). Penelitian ini dilakukan untuk mendapatkan bukti empiris dari hubungan serupa dalam konteks Indonesia, khususnya pada tenaga penjualan di Bank ICB Bumiputera.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah seperti yang telah diuraikan di depan, masalah utama dalam penelitian ini dirumuskan sebagai berikut:

1. Bagaimana kinerja tenaga penjualan Bank ICB Bumiputera pada masing-masing tahapan faktor sukses dalam *personal selling*?
2. Apakah terdapat perbedaan kinerja pada masing-masing tahapan faktor sukses dalam *personal selling* antara tenaga penjualan Bank ICB Bumiputera berdasarkan jenis kelamin?

1.3. Batasan Masalah

Agar penelitian ini lebih spesifik dan terfokus maka diperlukan batasan atas permasalahan yang diteliti, yaitu sebagai berikut:

1. Tenaga penjualan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah tenaga penjualan bagian *lending* Bank ICB Bumiputera Yogyakarta. Dipilihnya karyawan bagian *lending* dengan pertimbangan bahwa kinerja karyawan pada bagian *lending* lebih dapat terukur dibandingkan bagian lain, misalnya bagian *founding*
2. Faktor sukses dalam *personal selling* yang diteliti mengacu pada faktor-faktor seperti yang diidentifikasi oleh Jaramillo dan Marshall (2004) yang terdiri dari:
 - a. *Prospecting* adalah tahapan dimana karyawan melakukan identifikasi pada konsumen atau nasabah potensial.
 - b. *Pre-approach* adalah tahapan dimana karyawan mulai secara aktif untuk memperoleh informasi lebih detail mengenai konsumen atau nasabah potensial.

- c. *The approach* adalah tahapan dimana karyawan melakukan pendekatan secara langsung dengan konsumen atau nasabah.
 - d. *The sales presentation* adalah tahapan dimana karyawan mempresentasikan produk atau jasa secara langsung kepada konsumen atau nasabah.
 - e. *Overcoming objection* adalah tahapan dimana karyawan menunjukkan, memberikan atau melakukan simulasi kepada konsumen atau nasabah atas produk atau jasa perusahaan secara obyektif.
 - f. *Closing* adalah tahapan dimana karyawan meminta kepada konsumen atau nasabah untuk mengambil keputusan untuk membeli produk atau jasa perusahaan.
 - g. *Follow-up service* adalah tahapan dimana karyawan menjalin/membangun hubungan dengan konsumen atau nasabah setelah proses pembelian produk atau jasa perusahaan
3. Kinerja didefinisikan sebagai keberhasilan seseorang dalam melakukan sesuatu (Wahyuni, 2011). Kinerja pada penelitian ini diukur berdasarkan hasil penjualan kredit tenaga penjualan bagian *lending* Bank ICB Bumiputera Yogyakarta.

1.4. Tujuan Penelitian

Secara umum, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis kinerja tenaga penjualan Bank ICB Bumiputera Yogyakarta pada masing-masing tahapan faktor sukses dalam *personal selling*.
2. Untuk menguji kemungkinan terjadinya perbedaan kinerja pada tenaga penjualan pada Bank ICB Bumiputera Yogyakarta di masing-masing tahapan faktor sukses dalam *personal selling* berdasarkan jenis kelamin.

1.5. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan manfaat kepada beberapa pihak antara lain adalah:

1. Bagi manajemen Bank ICB Bumiputera

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi pada pihak manajemen Bank ICB Bumiputera Yogyakarta mengenai kemampuan masing-masing tenaga penjualan khususnya dalam proses penjualan kredit kepada nasabah/konsumen. Hasil penelitian tersebut nantinya dapat digunakan sebagai dasar pengembangan yang akan dilakukan untuk meningkatkan kemampuan tenaga penjualan perusahaan dalam rangka meningkatkan kinerja tenaga penjualan.

Disamping itu, hasil penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan gambaran kepada pihak manajemen tentang perlu tidaknya mempertimbangkan kebijakan yang terkait dengan gender terkait dengan penilaian kinerja pada tenaga penjualan yang bekerja pada Bank ICB Bumiputera Yogyakarta.

2. Bagi pihak lain

Hasil dari penelitian ini dapat dimanfaatkan sebagai sarana penambah wawasan dan bahan bacaan bagi mereka yang berminat dan membutuhkan khususnya dalam bidang manajemen pemasaran.

1.6.Sistematika Penulisan

Bab I : Pendahuluan

Bab ini menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, batasan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II : Landasan Teori

Bab ini berisikan tentang uraian teoritis yang digunakan sebagai dasar teori yang mendukung penelitian ini yaitu mengenai kualitas layanan, faktor sukses dalam penjualan, *personal selling*, penelitian terdahulu dan hipotesis penelitian.

Bab III : Metode Penelitian

Bab ini berisikan tentang metode yang digunakan dalam penelitian ini yang terdiri dari bentuk penelitian, tempat dan waktu penelitian, populasi, sampel dan metode pengambilan sampel, metode pengumpulan data, metode pengukuran data, metode pengujian instrumen dan metode analisis data.

Bab IV : Analisis Data

Bab ini berisi mengenai analisis dan pengujian data berupa jawaban responden dari kuesioner yang dibagikan serta pembahasan atas hasil yang diperoleh dalam penelitian.

Bab V : Penutup

Bab ini berisikan tentang kesimpulan penelitian, implikasi manajerial, saran dan keterbatasan penelitian.

